

## Power & Love in organisaties

Overal ter wereld organiseren mensen zich in tribes. Tribes waarin mensen samen leven, werken, geloven, liefhebben, veranderen. Danielle Braun en Jitske Kramer reizen over de wereld, op zoek naar de wijsheid van tribes. Om die vervolgens te vertalen naar misschien wel een van de meest complexe tribes die we kennen: de Corporate Tribe.

In een tribe spelen voortdurend en tegelijkertijd verschillende diepe menselijke krachten. In elke levende community moeten grenzen worden getrokken en verbindingen worden gelegd. Wij vatten deze menselijke krachten samen met de termen Power & Love. Aan de ene kant speelt de kracht van power, met de behoefte aan differentiatie, diversiteit, grenzen stellen, tegenstellingen, concurrentie aangaan, de beste

gewoonten. Vanuit de begrenzenende kracht van power ontstaan groeps grenzen, keuzes, nieuwe inzichten en nieuwe verbindingen. Sterke tribes verbinden waar het kan, vechten waar het moet en herstellen waar mogelijk.

### Koppen snellen

Reis mee, naar de binnenlanden van Papoea New Guinea. Land van de oude koppensnellers, de Asmat. Als we van

stam heeft verminderd. Asmat geloven niet in een natuurlijke dood. Elke dood van een stam lid moet dan ook worden gewroken. Als iemand overleden is onder verdachte omstandigheden, wordt er een bisjpaal gemaakt om de spirit van een overleden dorpsgenoot een plek te geven, zodat deze niet gaat ronddolen. De bisjpaal blijft staan totdat de dood van de overledene gewroken is, door een kop van de rivaliserende stam te snellen. Pas als dat gebeurd is, heeft de overledene rust.

### Koppensnelpower in organisaties

Koppensnellers kunnen ons leren om te gaan met kracht en power zoals mo-

## Sterke tribes verbinden waar het kan, vechten waar het moet en herstellen waar mogelijk.

willen zijn, conflict opzoeken, debat aangaan en jezelf zijn. Aan de andere kant is er de kracht van love, met de behoefte aan integratie, harmonie, eenheid, samenhang, overeenkomsten, dialoog, versmelten, samenwerken, fuseren en aanpassen.

In sterke tribes wordt de chemie van beide krachten optimaal benut. Vanuit de verbindende kracht van love ontstaat een duidelijk gezamenlijk verhaal; een doel, een voorouder, een geloof, een missie, een bedoeling; de organisatietotem. Op basis van deze gemeenschappelijkheid vormen mensen zich tot een groep, ontstaat er een gezamenlijke taal en ontwikkelen zich

iemand kunnen leren hoe power en concurrentie werken, dan zijn zij het wel. Alles bij de Asmat draait om de levensziel. Er is ook een doodsziel. Die kent verschillende vormen: goede en slechte gedaantes. Te allen tijde moet men vermijden dat een ontevreden doodsziel je last bezorgt. Daarvoor zijn veelvuldig offeren, rituelen en ceremonies opvoeren onder leiding van een sjamaan nodig. De levensziel is overdraagbaar; het geloof is dat als je iemand ritueel vermoordt, je zijn of haar kracht kunt overnemen. Koppensnellen is niks anders dan het stelen van iemands levensenergie. Uit concurrentieoverwegingen, maar ook om je te wreken omdat iemand de kracht van jouw

gen concurreren, conflict als positieve kracht aanwenden, niet bang zijn voor je eigen kracht, de oerkracht van de tribe durven aanboren. Je kunt aan deze vijf knoppen draaien.

### 1. Wees strijdvaardig

Wees niet te bang voor conflict. Niet met je burens, niet met je medewerkers, niet met je concullega's. Besef dat de beste willen zijn ook vraagt om het volgen van je eigen koers. Heb lak aan jaloezie of mensen die vragen 'of je niet bang bent voor een terugslag' of die checken 'of je het succes nog wel trekt'. Wees trots op je succes. Kweek een olifanten huid voor opmerkingen dat je te gedreven of wel erg commercieel



**Danielle Braun (links) en Jitske Kramer.**  
Corporate Antropologen en oprichters van  
de Academie voor Organisatiecultuur.

bent. Houd wel je ethiek goed in de gaten, maar koers daarbij op je eigen innerlijk kompas en niet op dat van mensen die 'het beste met je voor hebben en je willen waarschuwen'. Wacht niet op ongevraagde feedback of advies, maar vraag het actief aan mensen op wiens oordeel je echt vertrouwt.

## 2. Vier ceremonies

Vier vaak, veel, intens en overdadig. Nieuwe medewerker: feestje. Goede maand gedraaid: champagne. Omzet verdubbeld: weekendje weg. Communiceer dat naar buiten. Zet het op social media. Geniet ondertussen binnen de groep van elkaars gezelschap. Zorg dat elke medewerker verbonden is met de totem, de ziel, het oprichtingsverhaal van de organisatie. Moedig gedeelde humor, taal en bizarre rituelen aan. Herhaal regelmatig het oprichtingsverhaal van de organisatie. Zorg dat iedere medewerker de stamboom, het doel van de organisatie of het bedrijf kent.

## 3. Bouw muren

Vraag én bied als leider een 24/7 betrokkenheid van je tribemembers. Beschouw mensen die los zijn van de stamboom, niet loyaal zijn aan de bedoeling of aan de tribe, als afvallige en heb daar een goed gesprek mee. Kies als leider nauwkeurig met wie je samenwerkt en met wie niet. Laat medewerkers en netwerkpartners kiezen. Grow or go. Steek niet al te veel energie in businessclubs, netwerkborrels, kenniskringen, intervisiegroepen, 'een keertje samen sparren' koffieafspraken, brancheverenigingen, pro-deo-opdrachten, sociale vernieuwingsbewegingen, gratis optredens... Of doe dit wel, maar dan omdat jij het wilt en niet omdat je geen nee durft te zeggen.



## 4. De klant beslist

De enige die bepaalt of je het goed doet is je klant. Communiceer vaak, direct en dienstbaar met je klanten. Ken ze, loop rond bij klantbalies en in je winkels. Je klanten hebben altijd gelijk. Weet wat ze willen. Nodig klanten uit op je strategiesessies en managementconferenties. Werk met mystery guests en klant-journeys. Geef medewerkers zo vaak en zo veel mogelijk een klantervaring. Word klant van je grootste concurrent om ervan te leren.

## 5. Omzet telt

Wees gericht op omzet of resultaat, houd je cijfers in de gaten. Geef je medewerkers volledige transparantie over je verdienmodel. Als jij op het inzetten van een medewerker bij een klant 30% winst maakt, wees daar dan volledig open over naar iedereen toe. Maak er naar binnen en naar buiten toe geen geheim van dat je ondernemer bent en dat je een tribe bouwt, jazeker, voor goed werkgeverschap en impact, maar ook voor resultaat en omzet. Je bent geen hobbyclub. Check regelmatig of je medewerkers tevreden zijn met hun

waardering en beloning. Zo niet: heb het er over en pas aan. Beloon rijkelijk en meer dan je concurrent. Kan dat niet, neem afscheid van elkaar. Je hebt niks aan disloyale partners die het verdienmodel of eigenaarschap van de zaak ter discussie stellen.

## Building tribes, strong tribes

In sterke tribes dealen leiders en medewerkers met dilemma's. Worden er stevige dialogen gevoerd en durven mensen te luisteren. Vanuit power en vanuit love. Vanuit de kracht en vibe van koppensnellen en vanuit de kracht en vibe van diepgaande verbindingen. Er is een tijd van power en een tijd van love. Duidelijk, afgebakend. Geen slap mengsel van beide, maar beide to-the-max uitnuten. Ga je trouwen? Doe het dan goed en met volle overgave. Ga je koppensnellen? Krachtig doorpakken. In de volgende situatie, het volgende jaar, kan de keuze weer een andere zijn. Tribes zijn geen statische groep mensen, meer een bewegend geheel die samen voor het hoogst haalbare gaan. Strong tribes. Ready for change!